Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 92 (1966)
Heft: 45

Illustration: [s.n.]
Autor: Fischer, Hans

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Wie man jung und schön bleibt

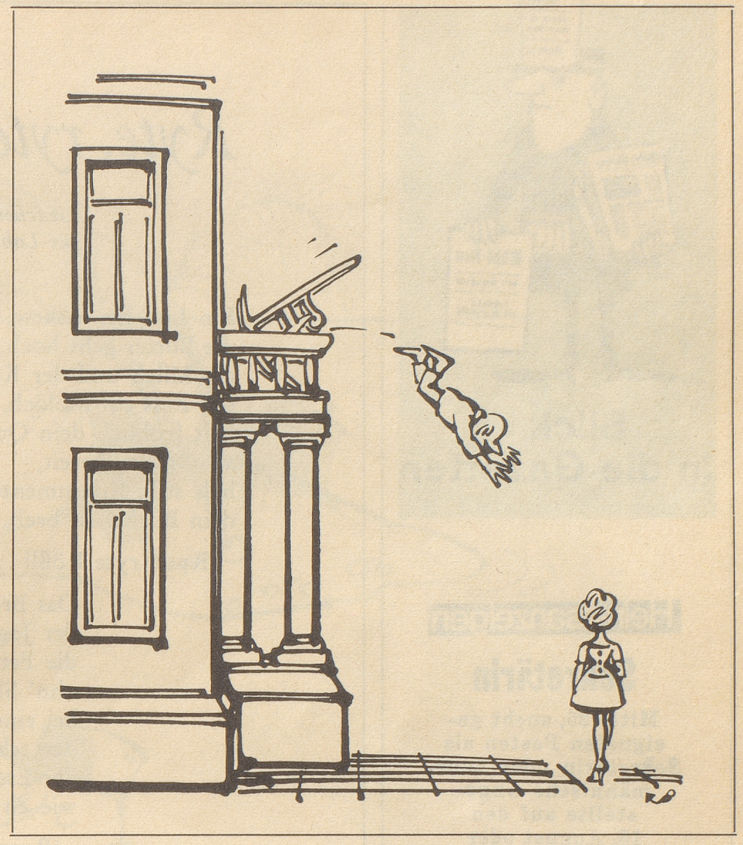
Von Hanns U. Christen

Vor ein paar Monaten ist die Helena Rubinstein gestorben. Sie war, um es mit der angebrachten Diskretion auszudrücken, über die erste Jugendzeit hinaus und so in den Achtzig. Kürzlich starb die Elizabeth Arden, und auch sie war kein Teenager mehr, sondern ebenfalls so in den Achtzig. Ich finde, wir haben diesen beiden Damen viel zu verdanken. Wie sähen wohl all' die reizenden Vertreterinnen der holden Weiblichkeit aus, wenn es die Helena und die Elizabeth nicht gegeben hätte? Und wonach röchen sie? Viel Schönes bliebe unseren Augen und viel Gutes unseren Nasen erspart, und das wäre gar kein Gewinn. Aber ich mache da ja nicht etwa Reklame. Mir selber ist es nämlich wurscht, ob sich ein weibliches Wesen schön macht. So lange mir die Möglichkeit der panischen Flucht offensteht, ist es mir wurscht, meine ich. Meinetwegen darf sich eine Dame Altöl ins Antlitz streichen, wenn sie das angebracht findet. Nur soll sie dann nicht mit mir ausgehen wollen.

Wem man aber selbst mit der panischsten aller Flüchte nicht entgehen kann, das sind die Plakate. Die hängen und hängen und hängen allüberall, an allen Wänden, an allen Säulen, an allen Baustellen, in den öffentlichen Verkehrsmitteln, an Scheunentoren und überhaupt überall, wo die Allgemeine Plakatgesellschaft, oder wer sie sonst aufhängt, mit viel Optimismus vermutet, daß der Blick auch nur eines einzigen Passanten drauffallen könnte. Plakate sind genau so unentrinnbar wie das Wetter. Und ich muß schon sagen: sie sind auch nicht viel besser. Auf ein paar schöne Tage folgen Wochen der Trübsal, und auf ein gutes Plakat kommen ein paar Dutzend, mit denen man nicht einmal bei Neumond in einem unbeleuchteten Kohlenkeller zusammensein möchte.

Es gibt aber, wie eben erwähnt, auch Plakate, die schön sind. Plakate, die nicht nur werben, sondern die daneben auch einen künstlerischen Inhalt haben. Vielleicht erinnern sich meine Leser noch an solche Plakate, die an unseren Wänden klebten. Für gewöhnlich schaut man ja nicht nach, wer sie gemacht hat. Plakate sollen ja nicht für ihren Schöpfer werben, sondern für dessen Auftraggeber und seine Waren und Leistungen. Aber wenn man nun ein kleines Büchlein durchblättert, das in Basel erschien und sich ‹Schriften des Gewerbemuseums Nr. 2› nennt, so fällt einem etwas auf. In dem Büchlein sind Plakate abgebildet, die ein gewisser Niklaus Stoecklin schuf. Und viele der Plakate, die sich einem im Laufe der Jahre einprägten, weil sie so schön waren, finden sich nun in diesem Büchlein abgebildet. Weil nämlich diese Plakate von Niklaus Stoecklin stammten. Und wenn Sie sich, liebe Leser, an die Briefmarken erinnern, auf denen Schmetterlinge und Käfer, Mineralien und Versteinerungen pranten, für Pro Juventute und Pro Patria waren sie, so lassen Sie sich sagen: auch die stammten von Niklaus Stoecklin.

Daß ich das jetzt erwähne, hat seinen Grund darin, daß im Basler Gewerbemuseum eine Ausstellung von Stoecklins Plakaten stattfindet. Und das ist einfach erstaunlich. Da sieht man ein Plakat, mit dem ein Basler Stoffgeschäft noch heute wirbt. Wie alt ist das Plakat? Zwei Jahre, oder drei, oder vielleicht sogar fünf? Nicht die Laus. Es ist zwanzig Jahre alt und noch immer jung und schön und werbekräftig. Oder da ist ein Basler Stadtplakat, mit dem Spalentor bei Nacht drauf, genauer: um 0 Uhr 26 Minuten. Ich habe kein Basler Stadtplakat gesehen, das besser wäre, und ich habe das Plakat sogar bei Heimwehbaslern in Afrika aufgehängt gesehen, die kaum dran vorbeigehen konnten, ohne eine Träne zu zerdrücken. Wissen Sie, wie alt es ist? Genau 27 Jahre. Und da hängt ein Plakat, das noch heute den Betrachter dazu anregt,



seinen rauhen Hals mit einer rautenförmigen Tablette Basler Erfindung zu besänftigen. Wie alt es ist? Oh, das ist 39 Jahre alt und wirbt unentwegt. Und da ist ein Plakat einer Basler Teppichfirma, die sich auch sonst durch ihre orginelle Reklame einen Ruf geschaffen hat. Ein Plakat, das noch heute in ihrer Werbung verwendet wird, soviel ich mich erinnere. Wissen Sie, wie alt es sein mag? Es ist 44 Jahre alt.

Es ist einfach ein Phänomen, was dieser Niggi Steggli (baseldeutsche Aussprache der Wörter ‹Niklaus Stoecklin›) da geleistet hat. Man kann das nur damit erklären, daß seine Plakate etwas haben, was anderen fehlt. Gellen Sie, liebe Leser: Plakate sind doch dafür bestimmt, rasch aufzutauchen, einem etwas in die Augen zu brüllen, und dann wieder zu verschwinden, schon weil neue Plakate schon bereitliegen und aufgehängt werden möchten. Drum sind sie modern, sie sind, wenn möglich, ihrer Zeit voraus, sie sind auf jeden Fall ums Verroden originell, und drum verleiden sie einem auch. Das ist mit den Plakaten vom Niggi Steggli nicht so. Die verleiden einem nicht, und die sind nicht gesucht, und die sind nicht modisch. Sondern sie sind eben Werke von ihrem Schöpfer Niklaus Stoecklin, die seinen ganz persönlichen Stil und seine leicht verschrobene Eigenart und sein großes Können und erst noch seine Klugheit ausdrücken. Denn dieser Niggi Steggli ist nicht nur ein großer Künstler, sondern auch noch ein kluger. Eine sehr seltene Vereinigung von Eigenschaften, muß man sagen. Man merkt das an dem, was man so unzutreffend mit ‹Einfälle› zu bezeichnen pflegt. Die Einfälle, die den Plakaten von Niggi Steggli zugrunde liegen, sind so wenig Einfälle wie alle anderen guten Einfälle überhaupt. Sie sind das Ergebnis einer angestrengten, anstrengenden geistigen Tätigkeit. Das sind sie sogar dann, wenn sie tatsächlich blitzartig kamen. Ein Blitz ist ja schließlich auch nichts anderes als die Entladung von etwas, das schon zuvor da war.

Also diese Plakate vom Niggi Steggli, die heute noch so jung sind – die haben vielleicht eine Chance, auch in 500 Jahren noch jung zu sein. Und warum nicht? Heute vor etwa 500 Jahren hat ein gewisser Sandro Botticelli ein Plakat gemalt, das für ein Schaumbad und für ein hellrotblondes Haarfärbemittel werben sollte. Das Bild ist heute noch berühmt, auch wenn es jetzt ‹Die Geburt der Venus› heißt ...

Bezugsquellen durch: Brauerei Uster

DESTILLERIE
KINDSCHI SÖHNE AG DAVOS Seit 1860